

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KERBAU NON LOKAL UNTUK
UPACARA ADAT DI PASAR HEWAN BOLU**

SKRIPSI

Oleh:

**IRENE FRANSISKA PASINO
I 111 12 296**



**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2017**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KERBAU NON LOKAL UNTUK
UPACARA ADAT DI PASAR HEWAN BOLU**

SKRIPSI

Oleh:

**IRENE FRANSISKA PASINO
I111 12 296**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Fakultas
Pernakan Universitas Hasanuddin**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2017

PERNYATAAN KEASLIAN

1. Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irene Fransiska Pasino

NIM : 1111 12 296

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

- a. Karya skripsi yang saya tulis adalah asli
 - b. Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini, terutama Bab Hasil dan Pembahasan tidak asli atau plagiasi maka bersedia dibatalkan atau dikenakan sanksi akademik yang berlaku.
2. Demikian pernyataan keaslian ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Makassar, Januari 2017



Irene Fransiska Pasino

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan
Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat
di Pasar Hewan Bolu

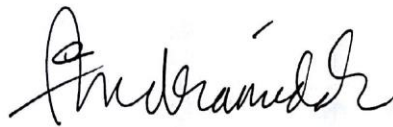
Nama : Irene Fransiska Pasino

Nomor Induk Mahasiswa : I111 12 296

Fakultas : Peternakan

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama





Dr. A. Amidah Amrawaty, S.Pt, M.Si
NIP. 19720830 200012 2 001

Pembimbing Anggota



Ir. Muhammad Aminawar, MM
NIP. 19550803 198403 1 001

Dekan Fakultas Peternakan

Prof. Dr. Ir. H. Sudirman Baco, M.Sc
NIP. 19641231 198903 1 025

Ketua Program Studi Peternakan



Prof. Dr. drh. Hj. Ratmawati Malaka, M.Sc.
NIP. 19640712 198911 2 002

Tanggal Lulus : 27 Januari 2017

KATA PENGANTAR

Syalom dan Salam Sejahtera

Puji Syukur penulis panjatkan Ke Hadirat TuhanYang Maha Esa oleh karena Kasih, Berkat dan Pertolongan-Nya sehingga penulis bisa melewati semua proses perkuliahan dengan baik sampai pada penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini. Skripsi yang berjudul “**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Unruk Upacara Adat di Pasar Hewan Bolu**” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 pada Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan di Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Dalam pelaksanaan penelitian hingga penyusunan skripsi ini, penulis banyak menemukan hambatan dan tantangan. Namun penulis menyadari betul bahwa hanya dengan Doa, keikhlasan, ketekunan, kesabaran serta usaha akan diberikan kemudahan oleh Tuhan Yesus dalam penyelesaian skripsi ini. Demikian pula penulis menyadari bahwa karya manusia tidak pernah sempurna, demikian pula penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebagai suatu karya ilmiah, hal ini disebabkan oleh faktor keterbatasan penulis sebagai manusia yang masih berada dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan kritik yang sifatnya membangun dari pemakai demi untuk menyempurnakan tulisan ini.

Penulis menghaturkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada Allah Tri Tunggal yang telah memberikan segala kekuasaan-Nya dan Limpahan

Rahmat-Nya. Kepada orang tua yang kusayangi Ayahanda Yahya Ruba dan Ibunda Hanarti Pasino dan Mama Guru Y. M. Pasino, S.Pd terima kasih telah mendidik dan mengiringi setiap langkah penulis dengan doa yang tulus, kesabarannya serta tak henti-hentinya memberikan dukungan baik secara moril maupun materilnya serta selalu memberi semangat saat penulis merasa kecewa, sedih dan marah. Penulis juga menghaturkan banyak terima kasih kepada kakak tersayang Delvriyanti Juliarti Mallino, S.T, Resti Pasino. Amd, Nita Sangguluhan, S.Pt, Ririn Pasino, S,KM, Selviana Toding Rongko', CS.Farm, Fitriani Pasino, CS.KM dan Toding Rongko', CS.Pt buat semangatnya serta bantuannya selama penulis menyelesaikan skripsi ini. Buat adekku Achiera Latsiyah Natania Pasino trima kasih buat semangatnya dan Terspesial buat Anakku Chierilyn Aldercy Liora Pasino trima kasih sudah hadir dalam hidupku dengan memberi warna baru dan menjadi penyemangat saat penulis merasa lelah, marah, kecewa dan sedih. Love you nak.

Terima Kasih dan Semoga Tuhan senantiasa Memberkati dalam menjalani kehidupan yang masih Dikaruniakan. Penulis juga menghaturkan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya dengan segala keikhlasan hati kepada :

- Ibu Dr. A. Amidah Amrawaty, S.Pt, M.Si selaku pembimbing utama yang telah memberikan nasehat, arahan, petunjuk dan bimbingan serta dengan sabar dan penuh tanggung jawab meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran mulai dari penyusunan hingga selesainya skripsi ini.

- Bapak Ir. Muhammad Aminawar, MM selaku pembimbing anggota yang berkenan meluangkan tenaga, waktu dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Ibu Dr. Aslina Asnawi, S.Pt, M.Si, Bapak Dr. Muh. Ridwan, S.Pt,M.Si, dan Bapak Dr. Ir. Tanrigiling Rasyid, MP selaku penguji yang telah berkenan mengarahkan dan memberi saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Ibu Dr. Fatma Maruddin, S.Pt, M.Si selaku penasehat akademik selama penulis keseharian sebagai mahasiswa dan motivator bagi saya.
- Ibu Dr. St. Nurani Sirajuddin, S.Pt, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan yang telah mewadahi penulis dalam menyelesaikan studinya.
- Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta para staf Jurusan Sosial Ekonomi yang telah memberikan ilmunya kepada dan mewadahi penulis dalam menyelesaikan studinya.
- Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A, selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
- Bapak Prof. Dr. Ir. H. Sudirman Baco, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
- Dosen Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberi ilmu dan tuntunan yang sangat bernilai bagi penulis.
- Seluruh Staf dalam lingkungan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, yang selama ini telah banyak membantu dan melayani penulis selama

menjalani kuliah hingga selesai. Terima Kasih atas bantuan dan informasi yang sangat bermanfaat dan bernilai bagi penulis.

- Teman – teman seperjuangan FM 12, Equilibrium 12 trima kasih buat kerjasamanya dan bantuannya selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Buat Kakanda Kamikaze 09, Situasi 10, Solandeven 11, Merpati 09, Matador 10, Lion 10, adinda Larva 13, Ant 14 trima kasih buat bantuannya.
- Buat teman- temanku SOLKARS yang sudah sarjana “ Andi Sukma Indah, S.Pt, Kurniati, S.Pt, Kurniawan Akbar, S.Pt, Rahmat Burhan, S.Pt, Yulia Irwina, S.Pt, Agus Maulana, S.Pt, Ibnuhadi Ramadhan, S.Pt, Wendy Natalia, S.Pt, Rahma Ningsih, S.Pt, Nirwana, S.Pt, Suryanti Ilyas, S.Pt, Ayu Angga Reny, S.Pt, Nur Kamal akbar, S.Pt, Nopi Pertiwi, S.Pt, Irmayanti, S.Pt, Vina Nur Isra, S.Pt, Rudi Nal adiatma, S.Pt, Nur Ichwan Husain, S.Pt, Wahyu Arianto U. AM, S.Pt, Ahmad Syahrul, S.Pt, Suraeni S.Pt” semangat cari kerja, SOLKARS yang sementara kuliah dan mengejar S.Pt “ Muh, Abdan Syukur, Miswar Yakub, Fahrurozi, Setiawan Halim dan Rhiza Ahmad” Semangat ko. SOLKARS yang seperjuangan ujian meja bulan 1” Ibrahim, Ekadara larasati, dan Asfar Syafar” Semngat urus berkasnya kakak ayam.
- Keluarga Besar Mahasiswa Kristen (KBMK FAPETRIK UNHAS) terima kasih atas kebersamaannya, semua dukungan, bantuan, dan doa selama ini sehingga penulis bisa menyelesaikan studi di Fakultas Peternakan.
- Bapak H. Jamaluddin sekeluarga yang telah menjadi keluarga selama menjalani KKN di kelurahan jalanjang. Bapak Lurah jalanjang Ahmad Yusri

yang telah menjadi sosok seorang bapak selama KKN Terima kasih atas waktu, kasih sayang, dan ilmu yang telah diberikan untuk kami selama menjalani proses Kuliah Kerja Nyata.

- Rekan-rekan Seperjuangan di lokasi KKN Kelurahan Jalanjang, Kecamatan Gantarang, Kabupaten Bulukumba (Cheriyanti Imma Narpa, S.H, Chiantal Anugrah, SE, Jumadianto Sandaurang, S.P, Hasni, S.Si dan Enrico Januar Pribadi, CS.) trima kasih atas kenangan dan kerjasamanya selama KKN. Terkhusus buat Jumadianto Sandaurang, S.P yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
- Kak Wilda, Kak Sylvia, kak Nita dan seluruh staf Dinas Peternakan Toraja Utara yang telah membantu penulis saat pengambilan data di Pasar Hewan Bolu Toraja Utara.

Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Semoga Allah maha Pencipta dan Maha Pengampun membalas budi baik semua yang penulis telah sebutkan diatas maupun yang belum sempat ditulis. Amin

Sekian.....

Makassar, Januari 2017

Penulis

ABSTRAK

Irene Fransiska Pasino (I111 12 296). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat di Pasar Hewan Bolu. Dibawah Bimbingan **Dr. A. Amidah Amrawaty S.Pt, M.Si** sebagai Pembimbing Utama dan **Ir. Muhammad Aminawar, MM** sebagai Pembimbing Anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat Di Pasar Hewan Bolu Kabupaten Toraja Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan September 2016 di Pasar Hewan Bolu Kabupaten Toraja Utara. Jenis penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif yaitu jenis penelitian yang digunakan dengan tujuan menggambarkan harga, karakteristik dan referensi menentukan keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat di Pasar Hewan Bolu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di Pasar Hewan Bolu. Sampel pada penelitian ini sebanyak 60 orang dilakukan dengan metode accidental sampling (pengambilan sampel responden yang kebetulan ditemui). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif.

Berdasarkan Hasil penelitian diperoleh hasil bahwa factor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat yaitu karakteristik dengan jawaban frekuensi 40 orang dengan presentase 66,67%.

Kata kunci : Kerbau Non Lokal, Keputusan Pembelian, Harga, Karakteristik dan Referensi .

ABSTRACT

Irene Fransiska Pasino (I111 12 296). Factors Affecting Purchasing decisions Buffalo Non Local For Ceremony in Bolu Animal Market. Under the guidance of Dr. A. Amidah Amrawaty S.Pt, M.Si as Main Supervisor and Ir. Muhammad Aminawar, MM as Supervising Member

This study aims to identify factors that influence purchasing decisions for the coming of age rituals buffalo local non indigenous On Animal Market Bolu North Toraja regency. This study was conducted in August until September 2016 at the Animal Market Bolu North Toraja regency. This research is descriptive research that is the type of research that is used with the aim of describing the price, characteristics and reference determining purchasing decisions of non-local buffalo in ceremonies in Bolu Animal Market. The population in this study is that consumers in Bolu Animal Market. Samples in this study as many as 60 people were done with accidental sampling method (sampling respondents who incidentally encountered). Data collected through observation, interviews, and questionnaires. Analysis of the data used is descriptive statistics.

Based on the results of the research results that the most influential factor on purchasing decisions of non-local buffalo for ceremonies that is characteristic with a frequency response of 40 people with a percentage of 66.67%.

Keywords: Non Local Buffalo, Purchase Decision, price, characteristics and refernce

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENDAHULUAN	
Latar belakang	1
Rumusan masalah	4
Tujuan penelitian	4
Kegunaan penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	
Tinjauan Umum Kerbau.....	5
Teori Permintaan.....	7
Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian	14
METODOLOGI PENELITIAN	
Waktu dan tempat	23
Jenis Penelitian	23
Populasi dan Sampel.....	23
Metode pengumpulan Data.....	24
Jenis dan Sumber Data	24
Analisis Data.....	25
Konsep Operasional.....	25

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
Batas, Letak dan Luas Wilayah Geografis	26
Jumlah Penduduk.....	27
Sejarah Singkat Pasar Hewan Bolu	28
Letak dan Luas Pasar Hewan Bolu	29
Sarana dan Prasarana Pasar Hewan Bolu	30
GAMBARAN UMUM RESPONDEN	
Umur Responden	31
Pendidikan Responden	32
Pekerjaan Responden.....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	
Kerbau Non Lokal	34
Harga Kerbau Non Lokal.....	38
Karakteristik Kerbau Non Lokal	41
Referensi	44
Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat.....	47
KESIMPULAN DAN SARAN	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	54
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	64

DAFTAR TABEL

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Data pemotongan, Populasi dan Pengeluaran Ternak Kerbau di Kabupaten Toraja Utara.....	3
2.	Luas Masing-masing Desa/Kelurahan di Kecamatan Tallunglipu, Toraja Utara.....	28
3.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Desa/Kelurahan Di Kecamatan Tallunglipu Toraja Utara	29
4.	Klasifikasi kelompok Umur Responden Pembeli Kerbau Non Lokal Di Pasar Hewan Bolu	33
5.	Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	34
6.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Di Pasar Hewan Bolu	35
7.	Data Pemasukan Kerbau Antar Daerah dan Provinsi Di Pasar Hewan Bolu Pada Tahun 2014-2015	37
8.	Jawaban Responden Yang mempengaruhi keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk upacara Adat di Pasar Hewan Bolu	37
9.	Jawaban Responden Yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Berdasarkan Harga Untuk upacara Adat di Pasar Hewan Bolu Toraja Utara.....	40
10.	Jawaban Responden Yang mempengaruhi keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Berdasarkan Karakteristik Untuk upacara Adat di Pasar Hewan Bolu Toraja Utara	43
11.	Jawaban Responden Yang mempengaruhi keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Berdasarkan Referensi Untuk upacara Adat di Pasar Hewan Bolu Toraja Utara	45
12.	Rekapitulasi Frekuensi Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat Di Pasar Hewan Bolu Toraja Utara	47

DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	9
2.	Identitas Responden.....	19
3.	Hasil Jawaban Responden	28
4.	Dokumentasi	29

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tana Toraja merupakan salah satu daerah yang unik dan terkenal dengan adat istiadatnya yaitu upacara rambu tuka' (pesta syukuran) dan rambu solo' (pesta kematian). Kedua pesta adat ini dilakukan pemotongan ternak baik kerbau, babi, dan ternak lainnya. Pada pesta syukuran (rambu tuka') umumnya ternak yang dipotong tidak sebanding dengan ternak yang dipotong pada pesta (kematian) rambu solo'. Jumlah ternak yang dipotong pada pesta rambu tuka' tergantung dari kesepakatan keluarga yang melaksanakan pesta, dalam hal ini ternak tersebut hanya untuk dikonsumsi pada pesta syukuran tersebut. Pada pesta kematian (rambu solo') dilakukan pemotongan ternak kerbau yang tidak sedikit. Bagi orang Toraja kerbau adalah binatang yang paling tinggi stratanya. Dibandingkan dengan babi dan ternak lainnya yang juga penting bagi orang Toraja, kerbau jauh lebih besar nilai sosialnya, terutama pada ritual budaya rambu tuka' dan rambu solo' yang menjadi ciri masyarakat Toraja. Kerbau menjadi hewan korban, harganya pun cukup mahal yaitu mencapai jutaan hingga ratusan juta per ekornya. Adapun jumlah hewan yang dipotong ditentukan oleh strata sosial masyarakat yang menyelenggarakan upacara adat tersebut (Kambuno, 2005).

Masyarakat Toraja menganggap ternak kerbau sebagai simbol kemakmuran dan merupakan status sosial seseorang. Selain itu, ternak kerbau juga merupakan simbol pengorbanan untuk menghormati orang yang meninggal sehingga memiliki arti penting dalam setiap ritual pesta kematian (Patty, 2008).

Kerbau lokal merupakan kerbau yang lahir dan besar di Toraja. Bentuk fisik kerbau yang oleh masyarakat Toraja disebut tedong itu berbeda dengan yang banyak ditemukan di kawasan lainnya. Kerbau Toraja rata-rata berbadan kekar dan beberapa di antaranya memiliki kulit belang serta tanduk memanjang. Sedangkan kerbau non lokal (pendatang) merupakan kerbau yang di datangkan dari luar daerah Toraja untuk memenuhi kebutuhan upacara adat dengan harga yang relatif murah di bandingkan dengan kerbau lokal.

Menurut Sirajuddin, dkk (2012) mengemukakan bahwa Pemerintah Kabupaten Toraja Utara dalam mengantisipasi kurangnya populasi dan tingginya pemotongan kerbau melakukan kebijakan dengan perizinan melakukan perdagangan kerbau antara propinsi dan antar kabupaten dimana saat ini ternak kerbau banyak didatangkan dari kabupaten lain yaitu: Wajo, Takalar, Jeneponto, Pangkep, Bone, dan Palopo. Begitu pentingnya peranan kerbau dalam budaya masyarakat sehingga seringkali faktor harga menjadi pertimbangan kedua dibandingkan dengan karakteristik kerbau yang menjadi prioritas dan menjadi tolak ukur konsumen dalam membeli kerbau.

Salah satu pusat jual-beli kerbau di daerah Toraja Utara adalah Pasar Bolu. Pasar ini merupakan pasar yang terletak di Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara. Pasar ini biasa disebut juga sebagai Pasar Ternak atau Pasar Kerbau. Sedikitnya ada lima ratus ekor kerbau yang dibeli pada saat hari pasar dengan harga mulai lima juta rupiah hingga ratusan juta rupiah. Adapun yang menjadi tolak ukur dari pengambilan keputusan dalam memilih seekor kerbau adalah jenis

kerbau tersebut, warna kulit dan bulu, postur, tanda-tanda di badan, tanduk dan masih banyak lagi. (Kambuno, 2005).

Tabel 1 berikut adalah gambaran tentang pemotongan ternak kerbau yang dipotong, populasi dan kerbau yang masuk ke Kabupaten Tana Toraja Utara.

Tabel 1. Data Pemotongan, Populasi dan Pengeluaran Ternak Kerbau Di Kabupaten Toraja Utara .

No	Keterangan	Jumlah Kerbau (Ekor)		
		Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012
1	Populasi Kerbau	21.464 ekor	19.231 ekor	20.157 ekor
2	Pemotongan Kerbau Diluar RPH (Rambu Tuka' & Rambu Solo')	6.703 ekor	6.830 ekor	5.596 ekor
3	Pemasukan Ternak Kerbau	3.062 ekor	2.957 ekor	6.472 ekor

Sumber : Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Toraja Utara, 2013.

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa pemasukan ternak kerbau (Kerbau Pendatang) semakin meningkat. Pada tahun 2010 jumlah kerbau pendatang (Non lokal) 3.062 ekor, kemudian pada tahun 2011 turun menjadi 2.957 ekor dan meningkat kembali pada tahun 2012 yaitu 6.472 ekor.

Peningkatan populasi ternak kerbau non lokal disebabkan semakin bertambahnya permintaan konsumen akan kerbau untuk pelaksanaan upacara adat dan semakin menurunnya populasi kerbau yang ada di Toraja. Untuk memenuhi permintaan konsumen maka warga harus memesan kerbau dari luar daerah. Masyarakat Toraja dalam hal ini yaitu konsumen Pasar Bolu yang membeli kerbau untuk pesta adat dengan mempertimbangkan hal-hal seperti karakteristik kerbau tersebut (berdasarkan tanduk, kondidi fisik, ekor dan letak pusaran bulu), dan harga. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian yang berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat Di Pasar Hewan Bolu**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang diperoleh yaitu :

1. Bagaimana pengaruh karakteristik, harga dan referensi terhadap keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat?
2. Faktor-faktor apakah yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian kerbau non lokal untuk pesta adat ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik, harga dan referensi terhadap keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah dan semua pihak yang berkepentingan dalam upaya pengembangan kerbau.
2. Sebagai bahan pengetahuan dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.
3. Sebagai informasi bagi para pedagang kerbau untuk menentukan harga jual ternak kerbau yang dipasarkan

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Kerbau

Kerbau merupakan hewan asli Afrika dan Asia, termasuk salah satu hewan liar/primitive dari family Bovidae. Ciri khas kerbau adalah sungutnya yang agak panjang, bertulang besar dan agak kompak, kuping besar, kaki kuat dan pendek dengan kuku-kuku besar, bulu jarang, tidak mempunyai punuk dan gelambir, serta bertanduk padat mengarah ke belakang (Susilorini, dkk, 2007).

Kerbau dan sapi memiliki kerabat dekat, namun berlainan jenis, kerbau termasuk jenis Buballus, sedang sapi tergolong Bovidae, sehingga kedua jenis ternak ini tidak bisa dikawinkan untuk memperoleh keturunan baru. Perkembangan kerbau selanjutnya ternyata tidak seragam, melainkan memiliki spesifikasi dan kekhususan masing-masing. Perkembangan populasi kerbau relatif lambat, yaitu rata-rata 1,4% per tahun. Kerbau merupakan modifikasi antara bentuk antelope dan sapi, yang di Indonesia. Kerbau dibagi menjadi 4 golongan, yaitu: (1) Anoa (*Buballus depressicornis*), khususnya terdapat di Sulawesi. (2) Borneo buffalo (*Buballus arneeohsei*) khususnya kerbau lumpur yang ada di Kalimantan. (3) Kerbau Banten Delhi, adalah kerbau yang terdapat di Sumatera dan dikenal sebagai kerbau sungai. (4) Bos arni adalah kerbau yang terdapat di Asia Tenggara dan hampir identik dengan kerbau lumpur dan merupakan keturunannya (Ananto, 2012).

Ternak kerbau dapat hidup di daerah dingin, panas, ataupun daerah lembab. Karena memiliki daya adaptasi yang kuat, biasanya lebih tahan terhadap penyakit. Hal ini disebabkan karena kerbau memiliki tekstur kulit yang tebal dan memiliki jumlah kelenjar keringat sedikit sehingga parasit atau penyakit tidak dapat masuk ke dalam tubuh ternak kerbau tersebut. Hypian (2010), menyatakan bahwa kerbau tergolong hewan ternak yang sederhana, mudah dipelihara, mudah beradaptasi, dan dapat digunakan untuk membajak sawah. Kerbau dapat hidup di daerah rawa, daerah bercurah hujan tinggi, dan daerah yang kering. Selain itu, kerbau juga mampu menyesuaikan diri terhadap tekanan dan perubahan lingkungan yang ekstrim. Pendapat lain menyebutkan bahwa kerbau mudah beradaptasi dengan lingkungan geografis keras. Serta tingkat resiko penyakit dan parasit relatif rendah (Baliarti dan Ngadiono, 2006).

Secara umum orang Toraja menilai kerbau dari segi tanduk, warna kulit dan bulu, dan postur, serta tanda-tanda di badan. Peran tanduk bagi kerbau jantan lebih penting dibandingkan dengan kerbau betina. Sebab biasanya tanduk kerbau betina tidak terlalu diperhitungkan (Mauludin, 2010).

Menurut Patty (2006) dalam Salma (2012) menyatakan bahwa berdasarkan tingkatan nilainya kerbau dibagi dalam tiga jenis yaitu :

1. Kerbau hitam biasa harganya berkisar 10-20 juta.
2. Kerbau bali/kerbau aduan harganya berkisar 20-50 juta.
3. Kerbau belang/Bonga warnanya setengah albino yang sangat mahal harganya bisa mencapai 100 juta rupiah per ekor, rupanya besar kekar seperti banteng

namun memiliki belang seperti sapi dan berbulu (kerbau inilah yang sangat istimewa dan dibanggakan pada pesta kematian Rambu Solo).

Teori Permintaan

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan. Disisi lain teori penawaran menerangkan sifat para penjual dalam menawarkan komoditas yang akan dijualnya. Penggabungan permintaan pembeli dan penawaran penjual dapat menunjukkan bagaimana interaksi antara pembeli dan penjual akan menentukan harga keseimbangan atau harga pasar serta jumlah komoditas yang akan diperjualbelikan (Sugiarto, 2005).

Menurut Putong (2005), permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan dari seorang individu atau masyarakat dari suatu barang. Diantarnya adalah sebagai berikut.

1. Harga barang yang dimaksud
2. Tingkat pendapatan
3. Jumlah penduduk
4. Selerah dan ramalan/estimasi di masa yang akan datang
5. Harga barang lain/substitusi

Pracoyo (2006), permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu. Teori permintaan menjelaskan antara hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga dan patuh pada hukum permintaan. Hukum permintaan menjelaskan apabila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan turun. Sebaliknya, bila harga turun maka harga yang diminta akan meningkat.

Somarno (2007), yang dimaksud dengan permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada suatu waktu yang didukung oleh daya beli. Yang dimaksud dengan daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli sejumlah barang yang diinginkan, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Namun demikian daya beli tersebut juga relatif terbatas seperti halnya sumber-sumber ekonomi lainnya.

Permintaan suatu barang berkaitan dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang pada tingkat harga tertentu. Konsumen dapat menentukan jumlah barang yang dikonsumsi tergantung pada harga barang tersebut. Pada umumnya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah permintaan ke atas suatu barang tersebut. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah permintaan ke atas barang tersebut, apabila faktor lain tidak berpengaruh (*ceteris paribus*). Hipotesa seperti itu disebut sebagai hukum permintaan. Dengan demikian, hukum permintaan (*law of demand*) adalah hukum yang menjelaskan hubungan antara harga dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang (Wilson, 2007).

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh para pelanggan selama periode tertentu berdasarkan sekelompok kondisi tertentu. Kondisi-kondisi yang harus dipertimbangkan mencakup harga barang yang bersangkutan, harga dan ketersediaan barang yang berkaitan, perkiraan akan perubahan harga, pendapatan konsumen, selera dan preferensi konsumen, pengeluaran periklanan, dan sebagainya (Muana, 2008).

Menurut Fothorrozi (2009), permintaan adalah berbagai jumlah barang dan jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Berdasarkan definisi ini kiranya dapat dimengerti bahwa kata permintaan di sini berbeda dengan kata permintaan yang sering kita pergunakan sehari-hari. Definisi diatas menunjukkan jumlah barang dan jasa yang diminta pada tingkat harga, artinya dalam berbagai tingkat harga terdapat sejumlah barang yang diminta, sehingga hubungan antara tingkat harga dan jumlah barang yang diminta ini dapat disajikan dalam kurva permintaan, yaitu kurva yang menunjukkan tempat titik-titik yang menggambarkan maksimum pembelian pada harga tertentu dengan anggapan *ceteris paribus* (hal-hal lain dianggap tetap).

Nuhfil (2009) menjelaskan bahwa Teori permintaan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang barang. Sedangkan teori penawaran menerangkan sifat para penjual dalam menawarkan sesuatu barang yang akan dijualnya. Dengan menggabungkan permintaan oleh pembeli dan penawaran oleh penjual maka dapat ditunjukan bagaimana interaksi antara pembeli dan penjual, dalam menentukan harga keseimbangan atau harga pasar dan jumlah barang yang akan diperjual belikan.

Menurut Irawan (1996), permintaan merupakan keinginan disertai dengan daya beli, atau keinginan akan berubah menjadi permintaan bilaman didukung oleh daya beli. Jadi, perusahaan harus mengukur bukan saja berapa banyak orang yang menginginkan produk tersebut tetapi lebih penting lagi berapa banyak yang secara nyata bersedia dan mampu membeli.

Permintaan (*demand*) atas barang adalah berbagai jumlah barang yang dibeli oleh konsumen di pasar berbagai tingkat harga, dengan anggapan bahwa keadaan lain tetap sama. Jumlah yang akan dibeli oleh konsumen dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang penting adalah : (i) harga barang, (ii) selera dan kesukaan konsumen, (iii) jumlah konsumen, (iv) pendapatan konsumen, (v) harga barang-barang yang erat hubungannya dengan barang-barang tersebut dan (vi) batas-batas yang tersedia bagi konsumen (Richard, 1984).

Permintaan merupakan keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membelikan. Keinginan akan menjadi permintaan jika didukung oleh kekuatan membeli. Banyak orang yang ingin membeli namun hanya sedikit orang yang mampu yang akan secara aktual mau dan mampu membeli, bukan hanya berapa banyak orang yang ingin produk mereka (Anogara, 2000).

Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk. Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, oleh siapa dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Juga termasuk variabel-

variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk. Sedangkan sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka dan setuju atau tidak terhadap suatu objek (Simamora, 2001).

Beberapa tipe pengambilan keputusan konsumen yaitu sebagai berikut (Sumarwan, 2003) :

- Pemecahan Masalah yang Diperluas

Ketika konsumen tidak memiliki kriteria untuk mengevaluasi sebuah kategori produk atau merek tertentu pada kategori tersebut, atau tidak membatasi jumlah merek yang akan dipertimbangkan ke dalam jumlah yang mudah dievaluasi, maka proses pengambilan keputusannya biasa disebut sebagai pemecahan masalah yang diperluas.

- Pemecahan Masalah yang Terbatas

Pada tipe keputusan ini, konsumen telah memiliki kriteria dasar untuk mengevaluasi kategori produk dan berbagai merek pada kategori tersebut. Namun konsumen belum memiliki preferensi tentang merek tertentu. Konsumen hanya membutuhkan tambahan informasi untuk bisa membedakan antara berbagai merek tersebut.

- Pemecahan Masalah Rutin

Konsumen telah memiliki pengalaman terhadap produk yang akan dibelinya. Ia juga telah memiliki standar untuk mengevaluasi merek. Konsumen seringkali

hanya mereview apa yang telah diketahuinya. Konsumen hanya membutuhkan informasi yang sedikit.

Karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen, dan karakteristik demografi konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak mengenai produk mungkin tidak termotivasi untuk mencari informasi, karena ia sudah merasa cukup dengan pengetahuannya untuk mengambil keputusan. Konsumen yang memiliki kepribadian sebagai senang mencari informasi (*information seeker*) akan meluangkan waktu untuk mencari informasi yang lebih banyak. Pendidikan adalah salah satu karakteristik demografi yang penting. Konsumen yang berpendidikan tinggi akan lebih senang untuk mencari informasi yang banyak mengenai suatu produk sebelum ia memutuskan untuk membelinya (Sumarwan, 2003).

Ada tiga faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen yakni sebagai berikut (Hery, 2009) :

1. *Individual konsumen*. Pemilihan suatu produk dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen, persepsi terhadap karakteristik produk dan sikap terhadap produk alternatif. selain itu, pemilihan produk dipengaruhi factor-faktor demografi, gaya hidup, dan karakteristik personal dari konsumen itu sendiri.
2. *Pengaruh Lingkungan*. suatu faktor yang secara langsung mempengaruhi konsumen dan tanggapan konsumen (pemilihan produk) lingkungan pembelian

konsumen yaitu budaya, kelas social, kelompok tatap muka (teman, keluarga dan kelompok referensi) dan determinan situasional.

3. *Strategi Pemasaran*. yang merupakan variable yang dapat dikontrol oleh pemasar dalam usaha untuk memberi informasi dan mempengaruhi konsumen.

Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, di mana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Adapun beberapa jenis pembelian yaitu sebagai berikut (Suwarman, 2003) :

1. Pembelian yang terencana sepenuhnya

Jika konsumen telah menentukan pilihan produk jauh sebelum pembelian dilakukan, maka ini termasuk pembelian yang direncanakan sepenuhnya. Pembelian yang terencana sepenuhnya biasanya adalah hasil dari proses keputusan yang diperluas atau keterlibatan yang tinggi.

2. Pembelian yang separuh terencana

konsumen seringkali sudah mengetahui ingin membeli suatu produk sebelum masuk ke swalayan, namun mungkin dia tidak tahu merek yang akan dibelinya sampai ia bisa memperoleh informasi yang lengkap dari pramuniaga atau display di swalayan.

3. Pembelian yang tidak terencana

konsumen seringkali membeli suatu produk tanpa direncanakan terlebih dahulu. keinginan untuk membeli seringkali muncul di toko atau di mal, banyak

hal yang menyebabkan hal tersebut misalnya: adanya pemotongan harga 50 % atau produk yang terlihat mencolok sehingga menarik perhatian konsumen.

Para konsumen melakukan tiga tipe pembelian yaitu : pembelian percobaan, pembelian ulangan dan pembelian komitmen jangka panjang. ketika konsumen membeli suatu produk untuk pertama kalinya dengan jumlah yang lebih sedikit dari biasanya, pembelian ini akan dianggap suatu percobaan. jadi percobaan merupakan tahap perilaku pembelian yang bersifat penjajakan di mana konsumen berusaha menilai suatu produk melalui pemakaian langsung. Tetapi percobaan tentu saja tidak selalu dapat dilakukan, karena ada juga produk yang sudah menjadi kebutuhan pokok sehingga, konsumen beralih secara langsung dari penilaian terhadap komitmen jangka panjang (melalui pembelian) (Schiffman & Kanuk, 2004).

Simamora (2001), mengemukakan bahwa ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pembelian. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakhir jauh setelah pembelian.

Faktor- faktor yang Mempengaruhi Pembelian

Menurut Safi'i (2011) Pembelian dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang penting yaitu sebagai berikut:

Faktor Harga

Menurut Sukmawati (2005), harga merupakan nilai suatu produk dimata konsumen. Harga umumnya dijadikan sebagai salah satu atribut yang

dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk. Oleh karena itu, maka setiap perusahaan penting untuk memperhatikan strategi penetapan harga jual produk sesuai dengan keinginan konsumen dengan tetap memperhatikan harga pokok penjualan.

Bagi pembeli, harga memberikan dampak ekonomis dan psikologis. Dampak ekonomisnya berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya (cost) bagi pembeli, semakin tinggi harga maka akan semakin produk yang akan mereka beli. Sebaliknya semakin rendah harga semakin banyak produk yang akan mereka beli, justru kadang-kadang harga memiliki efek psikologis, dimana harga tinggi mencerminkan kualitas tinggi dan harga rendah mencerminkan kualitas rendah pula. Kalau ini berlaku untuk semua produk, menurunnya harga bisa berakibat menurunnya permintaan (Simamora, 2001).

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan untuk sebagian konsumen untuk mengevaluasi produk. Untuk sebagian masyarakat Indonesia yang masih berpenghasilan rendah maka harga adalah faktor yang paling

Kotler (2005), suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut mengembangkan produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mengikuti lelang atas kontrak kerja baru. Perusahaan harus memutuskan dimana akan memposisikan produknya berdasarkan mutu dan harga. Program penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif

terhadap tingkat harga pesaing. Keputusan harga memiliki peran strategik yang penting dalam implementasi strategi pemasaran. Pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku membelanjanya.

Pemahaman ekspektasi konsumen dan mempunyai dampak penting pada strategi harga. Secara umum harga yang lebih tinggi, kurang mempunyai kemungkinan untuk di beli oleh konsumen (teori ekonomi mikro). Bagaimana pun dalam beberapa kondisi, konsumen mempunyai ekspektasi atau hubungan harga dan kualitas. Dalam rentang waktu tertentu untuk suatu produk, konsumen mungkin mempunyai ekspektasi bahwa harga yang lebih mahal mencerminkan kualitas yang lebih baik (Sutisna, 2002).

Menurut Bo'Do (2009), walaupun secara umum kerbau mempunyai nilai sosial tinggi, namun orang Toraja mempunyai cara menilai kerbau mereka. Tinggi rendahnya nilai kerbau tergantung pada mutu kerbau menurut penilaian yang berlaku umum, dan nampaknya sudah dipakai turun temurun sejak jaman nenek moyang. Penilaian ini juga berlaku bagi para pedagang kerbau saat ini dalam menentukan harga. Secara umum, orang Toraja menilai kerbau dari tanduk, warna kulit dan bulu, dan postur, serta tanda-tanda di badan. Mutu kerbau dapat dilihat dalam cara orang Toraja sendiri mengelompokkan kerbau berdasar jenis yang mereka kenal. Salah satu bukti demikian pentingnya kerbau dalam kebudayaan

orang Toraja adalah dengan adanya sejumlah kategori dari berbagai macam jenis kerbau.

Kotler dan Amstrong (1995), yang menyatakan bahwa teori dalam menentukan harga jual suatu produk berdasarkan pada biaya yang dikeluarkan, ketersediaan pasokan/suplai persediaan, kemampuan pesaing dan harga pesaing. Akan tetapi para pelaku di pasar hewan Bolu Kabupaten Toraja tidak menggunakan teori tersebut dalam menentukan harga jual.

Faktor Karakteristik Kerbau

Walaupun secara umum kerbau mempunyai nilai sosial tinggi, namun orang Toraja mempunyai cara menilai kerbau mereka. Tinggi rendahnya nilai kerbau tergantung pada mutu kerbau menurut penilaian yang berlaku umum, dan nampaknya sudah dipakai turun temurun sejak jaman nenek moyang. Penilaian ini juga berlaku bagi para pedagang kerbau saat ini dalam menentukan harga. Secara umum, orang Toraja menilai kerbau dari tanduk, warna kulit dan bulu, dan postur, serta tanda-tanda di badan. Mutu kerbau dapat dilihat dalam cara orang Toraja sendiri mengelompokkan kerbau berdasar jenis yang mereka kenal. Salah satu bukti demikian pentingnya kerbau dalam kebudayaan orang Toraja adalah dengan adanya sejumlah kategori dari berbagai macam jenis kerbau (Bo'do, 2009).

1. Berdasarkan Tanduk

Tanduk kerbau menentukan nilainya. Namun, peran tanduk bagi kerbau jantan lebih penting dibandingkan pada kerbau betina. Biasanya ukuran dan bentuk tanduk kerbau betina tidak terlalu diperhitungkan. Tidaklah demikian dengan

kerbau jantan. Tanduk kerbau menjadi alat dekoratif yang bermakna dalam masyarakat. Di rumah-rumah Tongkonan tanduk kerbau disusun di depan rumah, sebagai simbol status seseorang atau Tongkonan. Nilai satu kerbau muda ditentukan oleh panjang tanduknya. Semakin panjang maka semakin berharga. Harga otomatis akan turun bila terdapat cacat pada tanduknya, atau bentuknya tidak proporsional dengan badan kerbau. Ukuran ini dipakai dalam transaksi yang memakai kerbau. Umumnya, kerbau dipakai sebagai alat pembayaran dalam transaksi jual beli tanah, sawah atau kebun, gadai dan dalam pesta kematian. Sebagai alat ukur, orang Toraja memakai ukuran anggota badan (tangan).

a. Ukuran Tanduk

1. sang lampa taruno, artinya ukurannya sama dengan panjang ruas ujung jari tengah orang dewasa.
2. duang lampa taruno, artinya ukurannya sama dengan panjang dua ruas jari tengah orang dewasa.
3. sang rakka', artinya ukurannya sama dengan panjang satu jari tengah orang dewasa.
4. limbong pala', artinya ukurannya sama dengan panjang setengah telapak tangan orang dewasa.
5. sangkumabe' artinya ukurannya sama dengan panjang telapak tangan orang dewasa.
6. sang lengo, artinya ukurannya sama dengan panjang ujung jari hingga pergelangan tangan orang dewasa.

7. sang pala', artinya ukurannya sama dengan panjang pergelangan tangan ditambah empat jari.
8. sang busukan ponto, artinya ukurannya sama dengan panjang pergelangan tangan ditambah setengah lengan tangan orang dewasa.
9. alla' tarin, artinya ukurannya sama dengan panjang hingga di atas siku
10. inanna, artinya ukurannya melewati siku.

b. Bentuk Tanduk

Selain ukurannya, bentuk tanduk juga mempunyai arti penting dalam memberi nilai pada kerbau. Bentuk-bentuk tanduk kerbau menurut penilaian masyarakat Toraja adalah sebagai berikut:

1. tanduk tarangga, artinya tanduk yang keluar dan membentuk setengah lingkaran. Jenis ini sangat umum di Toraja. Untuk kerbau jantan, jenis ini sangat kuat dalam adu kerbau.
2. tanduk pampang, artinya tanduk yang keluar melebar dan cenderung panjang. Tanduk jenis ini biasanya terbentuk dari kerbau balian. Kerbau yang buah pelernya sengaja dilepas untuk memperindah tanduk.
3. tanduk sikki, artinya tanduk yang arahnya hampir sama dengan tarangga namun cenderung rapat bahkan ujungnya nyaris bertemu.
4. tanduk sokko, artinya tanduk yang arahnya turun ke bawah dan hamper bertemu di bawah leher. Dengan warna tertentu nilainya menjadi sangat mahal.
5. tanduk tekken langi', artinya tanduk yang mengarah secara berlawanan arah, satu ke bawah dan satu ke atas.

Kondisi fisik, ekor, dan letak pusaran bulu

Menurut Batosamma (1985) dalam Rombe(2011), menyatakan bahwa pusar rambut yang normal terdapat dibagian hidung, pundak, dan pinggul. Pusar rambut yang terdapat dibagian tengah leher sebelah atas tidak disenangi, karena dipercaya bahwa jika dipotong atau hilang, maka orang yang memiliki kerbau tersebut akan cepat meninggal. Pusar rambut yang letaknya dibagian scapula jika kerbau tersebut pergi atau hilang maka tidak akan kembali dan pusar yang terletak dibagian perut mengakibatkan kerbau tidak panjang umur.

Selanjutnya Bulan (2009) dalam Yulius (2012), menyatakan bahwa ternak kerbau yang memiliki karakteristik tertentu, seperti kondisi fisik yang tegap, tanduk yang panjang dan melengkung, pusaran rambut yang berada pada lokasi tertentu, warna bulu yang bagus, ekor yang panjang tentunya akan memiliki harga yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan ternak kerbau yang fisiknya kurus, tanduk yang pendek, dan tidak melengkung ke atas, pusaran rambut yang kurang jelas dan berada dibagian yang tidak di inginkan oleh masyarakat serta ekor yang pendek.

Menurut Panyangan (2004) dalam Rombe (2011) menyatakan kondisi ekor kerbau yang bernilai sosial-ekonomi tinggi di lingkungan masyarakat Toraja adalah yang memiliki ekor panjang yaitu harus melewati lututnya, bersih, gemuk, dan pada bagian ujungnya terdapat cukup banyak bulu.

Menurut Mustafa (2013) dalam Yudita (2013) Tinggi rendahnya nilai kerbau tergantung dari beberapa faktor yang terdapat pada kerbau tersebut seperti bentuk badan, ukuran, model tanduk, warna, keberanian beradu serta pusar.

Walaupun semua kriteria yang diinginkan telah dimiliki kerbau tersebut, namun ada kriteria kunci berupa posisi pusar (tempat tumbuhnya bulu/rambut di badan) yang menjadi penentu layak tidaknya kerbau tersebut digunakan dalam pesta adat. Masyarakat Toraja tidak akan membeli kerbau yang memiliki pusar bulu yang terletak di bagian tengah leher sebelah atas (palisu rokkok) dan pusar yang terdapat di ketiak (kaleppe) karena diyakini akan membawa musibah bagi sipemilik hajat (pembawa air mata). Pusar rambut yang terletak di bagian scapula jika ternaknya pergi maka akan hilang dan tidak akan kembali sedang pusar rambut yang terletak di bagian perut mengakibatkan ternaknya tidak panjang umur.

Faktor Referensi

Menurut Safi'i (2011), referensi adalah informasi yang diperoleh responden (konsumen) baik dari teman, orang lain atau dari mulut ke mulut dalam melakukan keputusan pembelian. referensi menjadi hal penting bagi konsumen dalam memutuskan pembelian produk, disebabkan semakin banyak konsumen yang mengerti akan suatu produk yang akan di beli dan adanya rekomendasi dari orang sekitar terhadap konsumen sehingga banyak konsumen yang melakukan pembelian. Suatu informasi yang diberikan kepada seseorang (konsumen) sebanyak mungkin baik bersifat *faktual* dan *non faktual* sebagai acuan. Referensi dapat berwujud dalam bentuk bukti, nilai- nilai, atau *kredibilitas* yang ada guna menakutkan seseorang.

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer

yang paling berpengaruh (Kotler, 2005:207). Sedangkan Irawan dan Farid (2000:43) berpendapat keluarga adalah organisasi konsumen yang pembeli yang terpenting dalam masyarakat dan telah diteliti secara luas. Keluarga merupakan organisasi yang terdiri dari masing-masing anggota keluarga yang memiliki selera dan keinginan yang berbeda (Swastha dan Irawan, 2008: 107). Dimensi dari faktor keluarga adalah suami dan istri, dan anak. Suatu saat seorang anggota keluarga dapat berfungsi sebagai pengambil keputusan, tetapi pada saat yang berlainan ia dapat berbuat sebagai pembelinya. Penelitian Yohanes Suhari (2008) membuktikan hal ini dengan menunjukkan bahwa keluarga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian.

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan, beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga rekan kerja yang berinteraksi dengan seseorang secara terus menerus dan informal. Orang juga menjadi kelompok sekunder seperti kelompok keagamaan, profesi yang cenderung lebih formal dan membutuhkan informasi yang tidak begitu rutin (Jhoni, 2009).

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Agustus 2016 sampai dengan September 2016 di Pasar Hewan Bolu, Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan pasar tempat transaksi penjualan hewan terbesar di Toraja yang salah satu komoditinya adalah kerbau.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif yaitu jenis penelitian yang digunakan dengan tujuan menggambarkan harga, karakteristik dan referensi menentukan keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat di Pasar Hewan Bolu.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian ternak kerbau non lokal di pasar Bolu Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara selama dua bulan.. Karena jumlah populasi yang tidak terbatas, maka pengambilan sampel dilakukan secara sampling aksidental (pengambilan sampel responden yang kebetulan ditemui) yaitu sebanyak 60 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- a. Observasi yaitu pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung terhadap kondisi lokasi penelitian.

- b. Wawancara yaitu pengumpulan data melalui kegiatan wawancara langsung kepada masyarakat yang telah melakukan pembelian ternak kerbau di pasar Bolu Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara dengan bantuan kusioner.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data kualitatif adalah jenis data yang berbentuk kata, kalimat dan tanggapan. Data tersebut merupakan tanggapan-tanggapan pembeli mengenai keputusan pembelian kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat di Pasar Hewan Bolu Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara.
2. Data kuantitatif yaitu jenis data yang berupa bilangan atau angka-angka, meliputi factor keputusan yaitu harga, karakteristik dan referensi dengan menggunakan skala Guttman (1= tidak, 2= ya) di Pasar Hewan Bolu Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data primer yaitu data yang bersumber dari jawaban responden yang diperoleh dari hasil kusioner. Dalam hal ini konsumen yang melakukan pembelian ternak kerbau di Pasar Bolu Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara.
2. Data sekunder yaitu data yang bersumber dari data penelitian sebelumnya, literatur dan jurnal, serta dokumen yang menyangkut kerbau dari Dinas Peternakan seperti keadaan umum lokasi, jumlah penduduk, sarana pendidikan, sarana ibadah dan sarana kesehatan.

Analisi Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis deskriptif, digunakan untuk mengidentifikasi faktor harga, karakteristik, dan referensi dalam memutuskan untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat di Pasar Hewan Bolu.

Konsep Operasional

Adapun yang menjadi konsep operasional pada penelitian ini adalah :

- a. Responden yaitu konsumen akhir yang memutuskan untuk melakukan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat di Pasar Hewan Bolu
- b. Kerbau non lokal adalah kerbau yang di datangkan dari luar Kabupaten Toraja.
- c. Pembelian adalah suatu tindakan untuk mendapatkan kerbau non lokal yang kemudian di gunakan sendiri atau di jual kembali. Pembelian di sini yaitu
- d. Jumlah pembelian adalah sedikit atau banyaknya kerbau yang di beli.
- e. Harga yaitu nilai jual yang di tawarkan oleh penjual kepada pembeli. Harga yang dimaksud adalah terjangkau atau tidaknya harga kerbau non lokal yang akan dibeli oleh masyarakat Toraja untuk upacara adat.
- f. Karakteristik yaitu ciri-ciri kerbau yang menjadi dasar pertimbangan sebelum membeli kerbau non lokal tersebut untuk upacara adat.karakteristik yang dimaksud adalah bagus atau tidaknya karakteristik seekor kerbau non lokal. Karakteristik yang di perhitungkan dalam pembelian kerbau non lokal yaitu letak pusaran bulu yang terdapat pada badan kerbau.

- g. Referensi adalah informasi yang diperoleh responden (konsumen) baik dari keluarga, teman, orang lain atau dari mulut ke mulut dalam melakukan pembelian di Pasar Hewan Bolu.

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Batas, Letak dan Luas Wilayah Geografis

Letak georafis Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara, dibatasi oleh wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Sesean
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tondon
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Rantepao
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tikala

Secara geografis Kecamatan Tallunglipu adalah salah satu kecamatan dari 21 kecamatan yang ada di Kabupaten Toraja Utara dan merupakan kecamatan terkecil. Wilayah kecamatan Tallunglipu terdiri dari pengunungan dan dataran, dengan jarak tempuh 4 Km dari Ibu Kota kecamatan ke Ibu Kota Kabupaten. Luas Wilayah 20,49 Km² yang terletak di antara 2⁰57'-2⁰ LS dan 119⁰'54- 28 BT.

Berdasarkan struktur organisasi pemerintahan, Kecamatan Tallunglipu ini terdiri dari 1 Desa dan 6 Kelurahan dengan luas masing-masing Desa/Kelurahan dapat dilihat pada tabel 3. Pada Tabel 3 terlihat, bahwa Desa/Kelurahan wilayah terluas di Kecamatan Tallunglipu adalah Kelurahan Tampo Tallunglipu dengan luas 4,27 Km², sedangkan Desa/Kelurahan yang terkecil adalah Desa Buntu Tallunglipu dengan luas 2,13 Km².

Tabel 2. Luas Masing-masing Desa/Kelurahan di Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara .

No	Desa/Kelurahan	Luas Km2	Ha
1	Desa Buntu Tallunglipu	2,13	225
2	Kelurahan Tallunglipu	3.20	320
3	Kelurahan Tagari Tallunglipu	2,25	213
4	Kelurahan Tallunglipu Matallo	2.24	224
5	Kelurahan Rantepaku	3.22	322
6	Kelurahan Tantanan	3.18	318
7	Kelurahan Tampo Tallunglipu	4,27	427
Total		20,49	20,49

Sumber : Data Sekunder Kecamatan Tallunglipu, 2014

Jumlah Penduduk

Kecamatan Tallunglipu pada tahun 2013 tercatat memiliki jumlah penduduk 18.364 jiwa yang terdiri dari laki-laki 9.284 dan perempuan 8.627, jumlah penduduk per Desa/Kelurahan secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Dari Tabel 3, menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Tallunglipu terdiri dari 9.284 jiwa laki-laki dan perempuan 8.627 jiwa. Jika di tinjau dari distribusi penyebaran penduduk maka dapat dikatakan, bahwa penyebaran penduduk di Kecamatan Tallunglipu belum merata, terbukti pada Desa Buntu Tallunglipu yang hanya dihuni 1.016 jiwa dan Desa Tantanan Tallunglipu yang dihuni 925 jiwa. Hal ini disebabkan karena pada umumnya penduduk lebih suka tinggal di pusat kota yang dekat tempat kegiatan mereka sehari-hari.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Desa/Kelurahan di Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara .

No	Desa/Kelurahan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Kelurahan Tallunglipu	1.138	1.062	2.200
2	Kelurahan Tagari Tallunglipu	2.182	2.176	4.358
3	Kelurahan Tampo Tallunglipu	1.774	1.799	3.573
4	Kelurahan Tallunglipu Matallo	2.230	2.130	4.360
5	Kelurahan Rantepaku Tallunglipu	988	944	1.932
6	Kelurahan Tantan Tallunglipu	451	475	925
7	Desa Buntu Tallunglipu	521	495	1.016
Total		9.284	8.627	18.364

Sumber : Data Sekunder Kecamatan Tallunglipu, 2014

Sejarah Singkat Pasar Hewan Bolu Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara

Terdapat dua pasar ternak di Kabupaten Tana Toraja yakni pasar Makale dan pasar Bolu. Pasar hewan di Makale hanya untuk babi, sehingga pasar Bolu sebagai satu-satunya pasar resmi untuk kerbau di Kabupaten Tana Toraja dan kabupaten Toraja Utara. Pasar Hewan Bolu menampung kerbau yang didatangkan dari luar karena kerbau lokal tidak lagi mendominasi.

Pasar hewan Bolu Kabupaten Toraja Utara merupakan salah satu pasar yang memiliki ciri khas tersendiri di kabupaten Toraja Utara. Pasar hewan bolu juga dikenal pasar hewan Rantepao. Pasar ini sejak zaman dahulu terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kegiatan pemasaran dan perdagangan ternak. Pasar ini, khususnya memperdagangkan atau memasarkan hewan ternak sehingga di kenal dengan nama pasar hewan bolu. Aktifitas pemasaran hewan ternak kerbau ini berlangsung selama lima kali dalam sebulan.

Adapun beberapa jenis ternak atau hewan yang di pasarkan yaitu antara lain ternak kerbau lokal dan ternak kerbau asal daerah lain, serta ternak babi.

Saat ini keberadaan pasar hewan bukan hanya sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah yang bersumber dari pemungutan retribusi pasar, akan tetapi juga sebagai objek wisata bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Hal ini tidak terlepas dari keunikan-keunikan yang terjadi dalam pemasaran ternak atau hewan yang sangat berbeda dengan pemasaran ternak atau hewan di daerah-daerah atau wilayah lain.

Ternak kerbau merupakan salah satu ternak yang dominan di pasarkan di pasar hewan Bolu disebabkan karena ternak kerbau merupakan salah satu ternak yang memiliki arti ekonomis dan nilai sosial yang cukup tinggi karena digunakan pada berbagai kegiatan budaya maupun ritual keagamaan masyarakat Tana Toraja.

Letak dan Luas Pasar Hewan Bolu

Pasar hewan Bolu Kabupaten Toraja Utara terletak di wilayah Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara. Adapun letak geografis pasar hewan Bolu Kabupaten Toraja Utara yang menjadi lokasi penelitian yaitu :

- a) Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Tallunglipu
- b) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Buntu Tallunglipu
- c) Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Rantepaku
- d) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Tagari

Pasar hewan Bolu memiliki letak yang sangat strategis karena sarana dan prasarana untuk mencapai wilayah atau lokasi tersebut sangat mendukung, seperti

sarana transportasi angkutan umum maupun prasarana jalan yang cukup baik. Adapun luas pasar hewan Bolu yaitu kurang lebih 500 m².

Sarana dan Prasarana Pasar Hewan Bolu

Beberapa sarana yang terdapat di Pasar Hewan Bolu antara lain :

a. Sarana Transportasi

Sarana transportasi merupakan salah satu sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam upaya memperlancar mobilitas atau pergerakan dari satu wilayah ke wilayah lainnya. Pasar Bolu merupakan pasar yang terletak pada jalan poros Rantepao – Palopo, Bolu Toraja Utara. Akses menuju pasar ini sekitar 2 km dari kota Rantepao dan dapat dicapai dengan menggunakan angkutan umum. Sarana transportasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat adalah kendaraan. Sarana kendaraan ini berguna dalam pengangkutan massal, barang maupun objek lainnya salah satunya ternak kerbau. Sarana transportasi di pasar hewan Bolu cukup tersedia, baik untuk manusia maupun pengangkutan hewan ternak yang akan diperdagangkan.

b. Sarana Parkir

Selain sarana transportasi berupa kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat yang terdapat di pasar Hewan Bolu, sarana yang sangat dibutuhkan juga yaitu sarana parkir. Di pasar hewan Bolu, sarana parkir sangat membantu para pedagang maupun konsumen untuk memarkirkan kendaraan yang mereka gunakan. Meskipun terlihat bahwa sarana parkir yang terdapat di pasar hewan Bolu sangat sederhana, akan tetapi keberadaannya sangat dirasakan bermanfaat bagi pelaku-pelaku di pasar hewan Bolu tersebut.

c. Sarana Kandang

Di pasar Hewan Bolu, para pedagang kerbau menempatkan kerbau dagangannya di los-los yang dibangun oleh Pemda setempat. Bangunan tersebut berupa kandang yang dapat digunakan oleh para pedagang sebagai tempat istirahat bagi ternak mereka yang belum terjual. Kandang diperlukan untuk proses pemeliharaan kerbau dari luar Toraja untuk menambah nilai jualnya.

Aktivitas Perdagangan Ternak

Aktivitas perdagangan ternak kerbau dan ternak-ternak lainnya di pasar hewan Bolu Kabupaten Toraja Utara berlangsung setidaknya 5 atau 4 kali dalam sebulan. Dalam pasar Hewan Bolu yang terjadi sekali dalam seminggu, aktifitas transaksi jual beli kerbau cukup tinggi, karena banyaknya para pedagang dari dalam dan luar Toraja. Aktifitas jual beli atau transaksi beli kerbau di pasar ini mulai pada jam 06.00 pagi sampai 18.00. Segala jenis kerbau dengan corak dan postur badan yang berbeda dijual sehingga masyarakat dapat leluasa memilih sesuai keinginan mereka. Aktifitas perdagangan ternak kerbau maupun ternak babi yang sangat unik tersebut menjadi salah satu daya tarik wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan domestik. Hal ini menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah Kabupaten Toraja Utara.

GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Umur Responden

Umur adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat kematangan dan kedewasaan seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Sehingga pada tingkat umur tertentu kita bisa mengambil keputusan yang baik dan dapat bekerja secara optimal, produktif dan sudah termasuk kedalam kelompok usia kerja. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka diperoleh identitas responden berdasarkan tingkat umur dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi Kelompok Umur Responden Pembeli Kerbau Non Lokal Di Pasar Hewan Bolu Kabupaten Toraja Utara.

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase
1.	20-35	10	16,66%
2.	35-51	28	46,66%
3.	52-67	12	20%
4.	68-83	10	16,66%
Total		60	100%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Dari Tabel 5 terlihat bahwa kelompok umur pembeli kerbau non lokal yang membeli kerbau yang didatangkan dari luar daerah dan propinsi, pembeli yang paling banyak membeli kerbau non local di Pasar Hewan Bolu adalah kelompok umur 35-51 tahun sebanyak 28 orang dengan persentase 46,66%, sedangkan kelompok umur 52-67 sebanyak 12 orang dengan persentase 20%. Selanjutnya kelompok umur pedagang kerbau yang paling sedikit adalah kelompok umur 20-35 dan 68-83 yaitu sebanyak 10 orang dengan persentase 16,66%. Dapat disimpulkan bahwa, semua responden pedagang kerbau semuanya

masih berada pada usia yang produktif. Umur sangat menentukan kemampuan bekerja seseorang untuk memperoleh suatu penghasilan.

Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan tingkat sejauh mana bentuk pendidikan formal yang telah dilalui oleh responden mulai dari pendidikan yang rendah sampai pendidikan yang tinggi. Adapun klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase
1.	SMP/ sederajat	5	8,33%
2.	SMA/ sederajat	28	46,66%
3.	Diploma	10	16,66%
4.	Sarjana	17	28,33%
Total		60	100%

. Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh hasil tingkat pendidikan tertinggi yaitu tingkat SMA/ sederajat pada frekuensi 28 orang dengan persentase 46,66%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran responden sudah meningkat akan pentingnya pendidikan, dan selain itu fasilitas pendidikan di Kabupaten Toraja Utara sudah cukup memadai. Sedangkan persentase terendah yaitu tingkat diploma dan sarjana pada frekuensi 5 orang dengan persentase 8,33%. Hal ini disebabkan karena kurangnya perhatian untuk melanjutkan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan faktor ekonomi dari keluarga responden. Selain itu, menjadi seorang pembeli kerbau tidak terlalu penting untuk menempuh pendidikan yang Lebih tinggi.

Pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di lapangan diketahui bahwa pembeli kerbau yang diambil sebagai responden masing-masing memiliki pekerjaan pokok dan sampingan Yang berbeda. Keadaan responden pembeli kerbau berdasarkan pekerjaan di Pasar Hewan Bolu, Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan di Pasar Hewan Bolu Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara.

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentasi
1	Mahasiswa	1	1,66%
2	Petani/Pedagang	30	50%
3	PNS/Honorer	13	21,66%
4	Wiraswasta	7	11,66%
5	Pensiunan	9	15%
Total		60	100%

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 7, terlihat bahwa jumlah pembeli kerbau yang datang melakukan pembelian kerbau di Pasar Hewan Bolu yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki pekerjaan pokok sebagai Petani/Pedagang sebanyak 30 orang dengan presentasi 50% dan 1 orang memiliki pekerjaan pokok sebagai mahasiswa dengan persentase 1,66%. Hal ini disebabkan responden lebih banyak memiliki pekerjaan pokok sebagai Petani/Pedagang karena mereka lebih memahami tentang ciri-ciri kerbau yang bagus untuk digunakan untuk upacara adat. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang identitas responden dapat dilihat pada lampiran 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerbau Non Lokal

Tana Toraja merupakan salah satu daerah yang unik yang memiliki pesta adat yang memerlukan pemotongan ternak kerbau yang banyak. Tingginya kebutuhan kerbau di daerah tersebut mengakibatkan permintaan akan kerbau juga meningkat. Jumlah populasi kerbau lokal saat ini tidak dapat menutupi permintaan pasar dan kebutuhan masyarakat sehingga salah satu cara untuk memenuhi dan mencukupi permintaan pasar adalah dengan mendatangkan kerbau dari luar Toraja (Kerbau Non Lokal).

Saat ini, permintaan kerbau non lokal di Toraja kini semakin meningkat dan semakin di gemari oleh para pedagang maupun para pembeli kerbau untuk kebutuhan pesta adat. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari responden bahwa dari segi harga dan karakteristik kerbau non lokal dapat bersaing dengan kerbau lokal sehingga, tidak heran jika kebanyakan pembeli kerbau tertarik untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat. Para pedagang khususnya di pasar bolu kini telah memanfaatkan peluang tersebut sebagai ladang usaha untuk mendatangkan kerbau dari luar toraja untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pembelian kerbau non lokal mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan Kerbau non lokal yang ada di Toraja, di datangkan dari luar daerah seperti Kupang, Takalar, Jenepono, Palopo, Enrekang, Bone dan Sengkang.

Tabel 7. Data Pemasukan Kerbau antar Daerah dan Propinsi di Pasar Hewan Bolu Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara Tahun 2014-2015

No	Asal Daerah	Tahun / Ekor	
		2014	2015
1	Kupang	1.115	1.299
2	Jeneponto	1.134	1.147
3	Takalar	412	559
4	Sengkang	440	666
5	Bone	386	628
6	Palopo	375	572
Total		3.862	4.851

Sumber : Data Sekunder Dinas Peternakan Kabupaten Toraja Utara, 2016

Dari tabel 7, dapat dilihat bahwa jumlah kerbau non lokal yang masuk ke Toraja dari tahun 2014-2015 mengalami peningkatan. Salah satu daerah yang mendatangkan kerbau ke Toraja paling terbanyak adalah Daerah Kupang. Hal ini disebabkan karena di Kupang terdapat banyak masyarakat yang memelihara kerbau dan populasi kerbau di daerah tersebut cukup banyak. Hal inilah yang menarik bagi beberapa pedagang di Toraja untuk datang langsung ke daerah tersebut untuk membeli secara langsung kerbau non lokal kepada pemilik kerbau dan membawanya ke Toraja. Namun, terdapat pula beberapa pedagang di Toraja yang menggunakan perantara atau pedagang yang berada di daerah tersebut dan hanya menunggu kerbau tiba di Toraja. Adapaun cara pengangkutan kerbau non lokal ke Toraja yaitu dengan melalui jalur laut atau kapal laut apabila berada di luar Pulau dan kemudian di angkut menggunakan mobil truck sampai ke Toraja.

Tabel 8. Jawaban Responden Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat di Pasar Hewan Bolu.

No	Jawaban	Frekuensi (Orang)	Presentase
1	Membeli	45	75 %
2	Tidak Membeli	15	15 %

Jumlah	60	100%
---------------	-----------	-------------

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 8, hasil wawancara dengan responden di Pasar Hewan Bolu, didapatkan hasil bahwa 60 orang responden, 45 orang dengan presentase 75% diantaranya memutuskan untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat. Hal ini disebabkan karena harga kerbau non lokal terjangkau dibandingkan dengan harga kerbau lokal yang ada di Toraja. Selain harganya yang terjangkau, karakteristik kerbau non lokal juga tidak kalah bagus dengan kerbau lokal yang ada di Toraja. Sedangkan 15orang responden dengan presentase 15% tidak membeli kerbau non lokal, ini dikarenakan mereka hanya datang untuk mengecek harga dan karakteristik kerbau yang akan digunakan untuk upacara adat karena upacara adat yang mereka akan lakukan masih lama.

Harga Kerbau Non Lokal

Dalam memutuskan untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat harga adalah salah satu faktor penentu masyarakat/konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat. Selain karena populasi kerbau lokal di toraja sudah berkurang, faktor harga kerbau lokal yang tergolong lebih mahal dibandingkan dengan kerbau non lokal yang juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli kerbau. Perbedaan harga antara kerbau Lokal dan Non lokal yang ada di toraja berkisar antara Rp 5.000.000,00 – Rp.10.000.000,00/ekor, dimana kerbau lokal memiliki harga yang lebih mahal. Ini disebabkan kerbau lokal lebih bagus dan menarik di mata orang toraja dibandingkan kerbau non lokal, karena dari segi fisik seperti tanduk, bulu, palisu, warna kulit, mata , ekor dan tanda-tanda yang lainnya lebih unggul dibandingkan

dengan kerbau non lokal, karena perawatan kerbau lokal lebih intensif dibandingkan kerbau non lokal serta kerbau lokal lebih jinak dibandingkan kerbau non lokal.

Apabila dilihat dari segi status social di Masyarakat Toraja, apabila melakukan pemotongan pada saat upacara adat dan menggunakan kerbau lokal maka status social yang tinggi/terpandang, karena harga dari kerbau lokal yang mahal.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari responden bahwa perbedaan harga tersebut disebabkan karakteristik seperti tanduk, palisu, bulu, postur tubuh dan ekor pada kerbau lokal lebih bagus daripada kerbau non lokal. Kerbau lokal memiliki karakteristik yang lebih bagus karena memiliki perawatan yang lebih optimal dari pemiliknya sejak kecil sampai kerbau besar dan tingkat kebersihan, makanan dan kandang terjaga baik oleh pemilik dan kerbau lokal cenderung lebih jinak. Berbeda dengan kerbau pendatang (non lokal) seperti dari Kupang, kerbau hanya dilepas secara liar di alam bebas tanpa di kandangkan, tidak dimandikan, dan pemberian pakannya tidak terawat dan bahkan perilaku kerbau pendatang cenderung lebih liar. Terdapat beberapa kerbau non lokal yang perlu dijinakkan terlebih dahulu dengan cara di kandangkan, baru dapat diperjual belikan.

Meskipun terdapat beberapa konsumen yang menyukai harga kerbau yang lebih murah, namun terdapat pula konsumen yang tidak mempermasalahkan harga dalam membeli kerbau. Konsumen-konsumen seperti ini biasanya konsumen yang memiliki strata social menengah keatas dan biasanya mereka hanya menyukai dan hanya ingin membeli kerbau lokal saja. Karena ada kalanya di pesta adat Toraja,

harga dan karakteristik kerbau dapat menjadi patokan penilaian strata social dari pemilik atau pembeli kerbau yang akan di potong di pesta adat.

Tabel 9. Jawaban Responden Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Berdasarkan Harga Untuk Upacara Adat di Pasar Hewan Bolu.

No	Harga	Frekuensi (Orang)	Presentase
1	Ya	28	46,67 %
2	Tidak	32	53,33 %
Jumlah		60	100 %

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2016

Berdasarkan hasil penelitian, pada tabel 9 didapatkan hasil bahwa selain karakteristik harga juga penentu dalam memutuskan untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat, dapat dilihat bahwa 28 responden dari 60 responden dengan presentase 46,67% mempertimbangkan harga sebelum memutuskan membeli kerbau non lokal untuk upacara adat. Ini dikarenakan kemampuan ekonomi setiap orang berbeda-beda ada yang mampu dan ada yang kurang mampu. 32 orang responden dengan presentase 53,33% tidak memperhitungkan harga karena menurut mereka karakteristik yang menentukan harga. Semakin bagus karakteristik seekor kerbau maka harganya juga akan semakin mahal dan sebaliknya semakin buruk karakteristik seekor kerbau maka harganya akan semakin rendah. Harga setiap ekor kerbau mempunyai nilai jual yang berbeda tergantung dari karakteristik kerbau tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dari responden diperoleh bahwa kisaran harga kerbau non lokal yang dibeli oleh konsumen Pasar Hewan Bolu yaitu Rp. 20.000.000,- sampai Rp. 30.000.000,- per ekor. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukmawati (2005), bahwa harga merupakan nilai suatu produk dimata konsumen. Harga umumnya dijadikan sebagai salah satu atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan membeli

suatu produk. Oleh karena itu, maka setiap perusahaan penting untuk memperhatikan strategi penetapan harga jual produk sesuai dengan keinginan konsumen dengan tetap memperhatikan harga pokok penjualan.

Karakteristik Kerbau Non Lokal

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari responden bahwa pada umumnya masyarakat Toraja dalam memutuskan untuk membeli kerbau yang akan digunakan dalam upacara adat, salah satunya adalah karakteristik dari kerbau tersebut. Yang dimaksud dengan karakteristik adalah ciri-ciri dari kerbau. Karakteristik kerbau yaitu jumlah Pusaran Bulu (*Palisu*), Tanduk, Bobot badan, Warna Bulu, Ekor dan masih banyak lagi.

Palisu (Pusaran Bulu) adalah yang paling penting dalam menentukan pembelian kerbau karna pada umumnya masyarakat Toraja mempercayai bahwa Pusaran bulu yang terdapat dibagian tengah leher sebelah atas tidak disenangi, karena dipercaya bahwa jika dipotong atau hilang, maka orang yang memiliki kerbau tersebut akan cepat meninggal. Puser rambut yang letaknya dibagian scapula jika kerbau tersebut pergi atau hilang maka tidak akan kembali dan puser yang terletak dibagian perut mengakibatkan kerbau tidak panjang umur. Hal ini diyakini oleh sebagian pembeli dan pedagang kerbau sehingga pusaran kerbau sebagai karakteristik menjadi pertimbangan dalam membeli dan menjual kerbau. Menurut informasi yang diperoleh seekor kerbau lokal dikatakan bagus apabila Pusaran Bulu (*Palisu*) cukup. Pusaran bulu (*Palisu*) yang cukup apabila berjumlah 8 yang terdapat di hidung, belakang telinga, pundak dan punggung yang masing-masing ada di sebelah kanan dan di sebelah kiri.

Selain Pusaran Bulu (*Palisu*), Tanduk juga salah satu karakteristik yang cukup di perhitungkan dalam memutuskan membeli kerbau untuk upacara adat. Tanduk kerbau cukup diperhitungkan karena dalam upacara adat kematian (*Rambu solo'*) ada tradisi yang disebut dengan *Ma'Pasilaga Tedong* (Adu Kerbau) sehingga yang dibutuhkan adalah kerbau yang mempunyai tanduk yang panjang dan kokoh agar bisa mengalahkan lawannya. Selain adu kerbau (*ma'pasilaga Tedong*), tanduk kerbau juga digunakan sebagai dekorasi untuk rumah adat Toraja (*Tongkonan*), yang bermakna semakin banyak tanduk kerbau yang di pajang di rumah Tongkonan menandakan Strata social keluarga tersebut. Bahwa mereka telah melakukan pesta adat besar-besaran dengan memotong kerbau yang banyak.

Postur tubuh seekor kerbau juga menentukan keputusan pembelian kerbau oleh masyarakat Toraja karena postur tubuh yang bagus sangat memberi nilai sosial karena umumnya kerbau tersebut digunakan masyarakat Toraja sebagai hewan petarung dalam pesta adat dan diyakini bahwa kerbau tersebut akan kuat dalam bertarung. Tak hanya postur badan yang besar tetapi kekuatan tanduk juga diperhitungkan. Semakin panjang dan melegkung serta bobot badan yang besar maka semakin kuat kerbau tersebut bertarung sedangkan apabila postur badan kerbau petarung kecil dan tanduknya pendek maka semakin besar kemungkinan kerbau tersebut kalah dalam pertarungan tersebut.

Pada umumnya masyarakat Toraja menilai kerbau selain *palisu*, tanduk, dan postur tubuh warna bulu juga di perhitungkan. Warna bulu kerbau yang bagus menurut sebagian masyarakat toraja adalah berwarna hitam dan mengkilat.

Sedangkan kerbau didatangkan dari berbagai daerah umumnya berwarna kuning dan kasar. Oleh karena itu, biasanya para pedagang memandikan dan merendam ternak mereka pada siang hari di sungai selama berjam-jam sebelum diberi rumput agar warna kulit dan bulu lebih menonjol. Selain merendam kerbau, terkadang juga pedagang mengoleskan mentega pada bulu kerbau agar terlihat lebih hitam dan mengkilat.

Tidak hanya Pusaran Bulu (*Palisu*), tanduk, postur tubuh, dan warna bulu ekor juga merupakan salah satu karakteristik yang diperhitungkan sebelum membeli kerbau. Seekor kerbau yang bagus apabila memiliki panjang ekor melewati lutut dan mempunyai banyak bulu. Sedangkan kerbau yang di datangkan dari luar toraja rata-rata mempunyai ekor yang pendek dan bulu yang sedikit pada ujung ekonya. Kondisi ekor kerbau yang bernilai sosial-ekonomi tinggi di lingkungan masyarakat Toraja adalah yang memiliki ekor panjang yaitu harus melewati lututnya, bersih, gemuk, dan pada bagian ujungnya terdapat cukup banyak bulu.

Tabel 10. Jawaban Responden Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Berdasarkan Karakteristik. Untuk Upacara Adat di Pasar Hewan Bolu

No	Karakteristik	Frekuensi (Orang)	Presentase
1	Ya	40	66,67 %
2	Tidak	20	33,33 %
Jumlah		60	100 %

Sumber: Data Yang Telah Diolah, 2016

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Hewan Bolu pada Tabel 10, didapatkan hasil bahwa dari 60 responden, 40 orang responden dengan presentase 66,67% diantaranya menyatakan bahwa, sebelum memutuskan untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat mereka memperhitungkan

karakteristik seekor kerbau non lokal lebih utama karena menurut sebagian masyarakat Toraja karakteristik seperti *Palisu* (pusaran bulu), bobot badan, ekor, jenis kelamin, tanduk dan warna bulu adalah penentu seekor kerbau yang bagus/baik untuk digunakan dalam upacara adat. Sedangkan 20 orang responden dengan 33,33% tidak memperhitungkan karakteristik karena mereka hanya akan membeli kerbau yang sudah disepakati dengan keluarga besar. Hal ini sesuai dengan pendapat Bo'do' (2009) bahwa Tinggi rendahnya nilai kerbau tergantung pada mutu kerbau menurut penilaian yang berlaku umum, dan nampaknya sudah dipakai turun temurun sejak jaman nenek moyang. Penilaian ini juga berlaku bagi para pedagang kerbau saat ini dalam menentukan harga. Secara umum, orang Toraja menilai kerbau dari tanduk, warna kulit dan bulu, dan postur, serta tanda-tanda di badan. Mutu kerbau dapat dilihat dalam cara orang Toraja sendiri mengelompokkan kerbau berdasar jenis yang mereka kenal. Salah satu bukti demikian pentingnya kerbau dalam kebudayaan orang Toraja adalah dengan adanya sejumlah kategori dari berbagai macam jenis kerbau

Referensi

Pada umumnya, sebelum melaksanakan pesta adat di toraja, keluarga besar dari pelaksana lebih mengedepankan musyawarah terlebih dahulu dalam menentukan hal-hal yang akan dilakukan dalam acara pesta adat. Salah satu hal yang dimusyawarkan oleh keluarga adalah banyaknya atau jumlah kerbau yang akan di sembeli dalam acara tersebut. Setelah jumlah disepakati kemudian ditentukan jenis-jenis kerbau yang akan di sembeli seperti *Puyu*, *Saleko*, *Tadi*, *Bonga Ulu* dan lainnya. Selain itu, para keluarga akan membagi-bagikan kepada

setiap orang atau setiap keluarga berapa jumlah kerbau yang akan mereka tanggung atau beli. Setelah semuanya disepakati barulah mereka mencari dan membeli kerbau sesuai yang di sepakati. Namun, dalam membeli kerbau mereka memerlukan referensi untuk mengetahui lokasi penjualan kerbau dan jenis kerbau yang dijual. Salah satu yang menjadi alasan juga bahwa, dengan menggunakan referensi dari seseorang, mereka lebih mudah mencari dan mendapatkan kerbau sesuai yang di inginkan.

Orang-orang yang biasa menjadi pereferensi antara lain keluarga dekat, sahabat, pedagang kerbau dan bahkan calo. Namun berdasarkan informasi dari responden bahwa dalam memperoleh referensi mereka hanya akan mempercayai informasi dari orang-orang terdekatnya dan bahkan yang menjadi calo adalah orang terdekatnya sendiri yang telah ia berikan kepercayaan dan juga orang-orang yang memberi referensi cukup tau mengenai cara jual beli kerbau. Jadi terkadang konsumen akan diantarkan langsung oleh oang yang memberikan refefensi ke lokasi penjualan kerbau.

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap Referensi Pembelian Kerbau Non lokal di Pasar Hewan Bolu, Toraja Utara

Tabel 11. Klasifikasi Responden Berdasarkan Referensi Pembelian Kerbau Non Lokal di Pasar Hewan Bolu, Toraja Utara.

No	Referensi	Frekuensi	Persentase %
1	Keluarga	9	15%
2	Keluarga dan teman	12	20%
3	Keluarga, teman dan orang lain	18	30%
4	Inisiatif Diri Sendiri	21	35%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2016

Berdasarkan tabel 11 di atas, yang diperoleh dari responden bahwa sebelum mereka memutuskan untuk membeli kerbau Non Lokal untuk upacara adat mereka mendapatkan referensi atau informasi pembelian dari keluarga dengan frekuensi 9 orang dengan presentase 15% kemudian keluarga dan teman yaitu dengan frekuensi 12 orang dengan presentasi 20% dan disusul oleh pengaruh keluarga, teman dan orang lain sebanyak 18 orang dengan presentase 30%. Dari wawancara dengan responden juga diperoleh hasil bahwa 21 orang dengan presentasi 35% memutuskan untuk membeli kerbau non lokal berdasarkan inisiatif diri sendiri, ini dikarenakan bahwa mereka telah mengetahui bahwa di Pasar Hewan Bolu merupakan tempat untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat.

Dari hasil penelitian, diperoleh bahwa 39 orang dengan presentasi 65% dipengaruhi oleh orang lain sebelum memutuskan untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat di Pasar Hewan Bolu. Ini membuktikan bahwa kebanyakan masyarakat Toraja sebelum memutuskan untuk membeli kerbau mereka mendapatkan informasi dari orang terdekat mereka yaitu keluarga dan teman. Hal ini sesuai dengan pendapat safi'i (2011) bahwa referensi menjadi hal yang penting bagi konsumen sebelum memutuskan untuk pembelian produk, disebabkan semakin banyak konsumen yang mengerti akan suatu produk yang akan dibeli dan adanya rekomendasi dari orang sekitar terhadap konsumen sehingga banyak konsumen yang melakukan pembelian. Dan dikung oleh pendapat Suhari (2008) bahwa keluarga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Pembelian Kerbau Non lokal Untuk upacara Adat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil pada tabel Rekapitulasi Tabel frekuensi factor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat di Pasar Hewan bolu

Tabel 12. Rekapitulasi Frekuensi Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kerbau Non Lokal Untuk Upacara Adat Di Pasar Hewan Bolu

No	Jawaban	Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian					
		Harga		Karakteristik		Referensi	
		Frekuensi (Orang)	Presentase (%)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Tidak	32	46,67%	20	33,33%	21	35%
2	Ya	28	53,33%	40	66,67%	39	65%
Total		60	100%	60	100%	60	100%

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2016.

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 12, dapat diketahui bahwa factor yang paling berpengaruh pada keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat yaitu karakteristik dengan frekuensi jawaban ya sebanyak 40 orang dengan presentase 66,67% dan jawaban tidak sebanyak 20 orang dengan presentase 33,33%, hal ini disebabkan karena masyarakat Toraja menentukan harga jual kerbau dari karakteristik kerbau tersebut. Apabila karakteristik kerbau bagus maka harga jualnya tinggi, demikian pula apabila karakteristik kerbau kurang bagus maka harganya menjadi rendah.

Factor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat Selain karakteristik yaitu referensi, berdasarkan tabel 12, dapat dilihat bahwa frekuensi jawaban ya sebanyak 39 orang dengan presentase 65%, sedangkan jawaban tidak yaitu 21 orang dengan frekuensi 25%, hal ini dikarenakan sebelum masyarakat membeli kerbau untuk dikorbankan saat upacara adat,

mereka terlebih dahulu membicarakan bagaimana karakteristik kerbau yang akan mereka korbankan saat melakukan upacara adat.

Factor yang tidak terlalu dipengaruhi dalam menentukan keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat adalah factor harga, dapat dilihat pada tabel 12 bahwa, frekuensi jawaban ya sebanyak 28 orang dengan presentase 53,33% dan jawaban tidak dengan frekuensi 32 orang dengan presentase 46,67%, hal ini disebabkan karena sebagian masyarakat Toraja tidak memperhitungkan harga dari kerbau yang akan dibelinya, yang terpenting karakteristik dari kerbau yang akan dibelinya bagus atau tidak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Pengaruh harga, karakteristik, dan referensi terhadap pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat di pasar hewan bolu toraja utara yaitu berpengaruh terhadap pembelian Karena sebagian besar masyarakat toraja sebelum membeli kerbau untuk upacara adat berunding dengan keluarga untuk menentukan bagaimana karakteristik dan harga kerbau yang akan digunakan untuk upacara adat.
2. Faktor yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat di pasar Hewan Bolu Toraja Utara yaitu karakteristik.

Saran

Sebaiknya dalam melakukan pembelian kerbau non lokal untuk upacara adat tidak terlalu memperhitungkan bagus atau tidaknya karakteristik seekor kerbau non lokal melainkan dilihat dari kemampuan ekonominya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, M.D. 2012. *Problematika Pengembangan Ternak Kerbau Di Indonesia*.<http://problematika-pengembangan-ternak-kerbau.html>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2016.
- Anogara, P. 2000. *Manajemen Bisnis*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Baliarti, E dan N. Ngadiono. 2006. *Peran Perguruan Tinggi dalam Pengembangan Ternak Kerbau*. Prosiding Lokakarya Nasional Usaha Ternak Kerbau Mendukung Program Kecukupan Daging Sapi. Sumbawa, 4-5 Agustus 2006. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan bekerja sama dengan Direktorat Perbibitan Direktorat Jenderal Peternakan, Dinas Peternakan Propinsi Nusa Tenggara Barat dan Pemerintah Daerah Kabupaten Sumbawa
- Batosamma, T.J. 1985. *Penerapan Teknologi Inseminasi Buatan Untuk Pelestarian Sumber Daya Kerbau Belang di Tana Toraja*. Disertasi IPB. Bogor.
- BO'DO', S. 2008. *Kerbau Dalam Tradisi Orang Toraja*. Pusat Kajian Indonesia Timur. Universitas Hasanuddin
- _____. 2010. *Kerbau Sumbawa Siap Menyuplai Toraja*. Berita Terkini Toraja Diaspora. Toraja Cyber News.
- Bulan, E., Susanti. 2009. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Ternak Kerbau Asal Daerah Lain di Pasar hewan Rantepao Kabupaten Tana Toraja*. Diaspora. Toraja Cyber News.
- Dinas Pertanian dan Pangan, Kabupaten Tana Toraja. 2013. Informasi jumlah pemotongan dan kehadiran kerbau pendatang di Tana Toraja.
- Fothorrozi, 2009. *Permintaan*.[http:// Carolina.Wimamadium.Com](http://Carolina.Wimamadium.Com) Diakases pada tanggal 15 April 2016.
- Hery. 2009.*Kegiatan Pokok Ekonomi*. [http://www. IPS n20.com](http://www.IPSn20.com).Diakses pada tanggal 15 April 2016.

- Hipyan. 2010. *Peternakan Firstanipo*. [Http://Peternakan-Kambing-Sapi](http://Peternakan-Kambing-Sapi) Indonesia. Prehalindo, Jakarta. Jurnal Filsafat. Fakultas Filsafat UGM. Kerbau.Blogspot.Com/Search/Label/Kerbau. Diakses pada 22 Januari 2016.
- Irawan. 1996. *Pemasaran*. Prinsip dan Kasus. Penerbit PT. BPFE, Yogyakarta.
- Kambuno, D. 2005. *Adat Istiadat, Seni Budaya, Kekayaan Alam*. Tana Toraja: Yayasan Lepongan Bulan.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 1995. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Prehalindo, Jakarta.
- Latan, H. 2014. *Aplikasi Analisis Data Statistik untuk Ilmu sosial Sains dengan Stata*. Alfabeta. Bandung.
- Mauludin, M.A, 2010. *Fungsi Dan Peran Ternak Dalam Kehidupan Masyarakat Tana Toraja Sebagai Aset Budaya Dan Plasmanutfah*. Artikel Ilmiah Fakultas Peternakan Universitas Padjajaran, Bandung.
- Muana, N. 2008. *Artikel Ekonomi*. <http://www.Sipoel.United.in/file.php>. Diakses pada tanggal 15 April 2016.
- Mustafa, S. E.A. 2013. *Pola Permintaan Ternak Kerbau (Bubalus-bubalis) di Kecamatan Sa'dan Kabupaten Toraja Utara*. Thesis Program Pasca Sarjana. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Nuhfil. 2009. *Permintaan Penawaran dan Harga*. <http://Lecture.Brawijaya.ac.id>. Diakses pada tanggal 15 April 2016.
- Patty, JHI. 2008. *Kerbau Sebagai Symbol Status Sosial Dalam Tradisi Rambu Solo*. Jurnal Filsafat. Fakultas Filsafat UGM.
- Payangan, D. 2000. *Ternak Kerbau Peluang Karakteristik di Kecamatan Rindingallo, Kabupaten Tana Toraja*. Skripsi Fakultas Peternakan UNHAS.
- Putong. 2005. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Pracoyo, T. 2006. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. PT. Grasindo, Jakarta.

- Pradita, Y. 2013. *Penentuan Harga Jual Berdasarkan Karakteristik Kerbau Pudu' (Hitam) yang Didatangkan di Pasar Hewan Bolu Kabupaten Tana Toraja Utara*. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Rahman, Aditya, T.R. 2015. *Analisis Statistik Penelitian Kesehatan*. In Media. Bogor.
- Richard, H. 1984. *Mikro Ekonomi*. PT. Bina Aksara, Jakarta
- Rombe, B. M. 2010. *Nilai-nilai Sosial Ekonomi Kerbau Pendatang di Lingkungan Masyarakat Toraja*. Makalah. Seminar Nasional dan Teknologi Peternakan dan Veteriner. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan.
- Safi'i, M. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Otonderdil Mobil Bekas di Pasar Loak Gebong Kabupaten Jember*. Skripsi. Prodi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.
- Salma, R. 2012. *Analisis Keuntungan Pedagang Kerbau Antar Daerah Di Pasar Hewan Bolu Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara (Studi Kasus)*. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Sandhi, T. 2008. *Tana Toraja, Tradisi di Tengah Globalisasi*. The Photo's. Jember.
- Simamora, B. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sirajuddin, N.S, K. Kasim, P. Mappigau, dan M. B. Rombe, 2012. *Aspek Sosial Ekonomi Pada Pemasaran Ternak Kerbau Kabupaten Tana Toraja (Toraja Utara)*. Laporan Penelitian. Fakultas Peternakan. Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Sugiarto. 2005. *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta. Bandung.

- Sumarno, S. 2007. *Ekonomi Mikro*. PT. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Susilorini T. Eko, Manik E.S, dan Muharliien. 2007. *Budi Daya 22 Ternak Potensial*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Wilson, B. 2007. *Teori Ekonomi Mikro*. PT. Rafika Aditama, Bandung
- Yulius, A.N. 2012. *Penentuan Harga Jual Kerbau Belang Berdasarkan Karakteristik Di Pasar Hewan Bolu Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara*. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, Makassar.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KERBAU NON LOKAL UNTUK UPACARA ADAT DI PASAR HEWAN BOLU”

**Kepada Yth. Bapak/Ibu
Di Tempat**

Kuesioner ini untuk mendapatkan data yang kami butuhkan guna penyusunan Skripsi dan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Oleh karena itu kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenaan memberikan pendapat atau menjawab pertanyaan di Kuesioner yang kami berikan. Atas kesediaan dan kerja samanya kami ucapkan Terima kasih.

Irene Fransiska Pasino

No. Responden :

A. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Pendapatan :

B. Pembelian Kerbau Non Lokal

1. Berapa jumlah kerbau non lokal yang anda beli ketika akan melakukan upacara adat? Alasannya?

Jawab:.....
.....
.....

2. Berapa harga setiap ekor kerbau non lokal yang anda beli?

Jawab:.....

3. Sebelum Anda membeli kerbau non local untuk upacara adat apakah harga menjadi pertimbangan utama untuk membeli kerbau lokal? Alasannya?

Jawab:.....
.....
.....
.....

3. Apakah harga kerbau non lokal yang Anda beli harganya jauh lebih murah di dibandingkan dengan kerbau lokal?

1. Tidak
2. Ya

4. Sebelum Anda memutuskan untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat apakah Anda melakukan negosiasi?

1. Tidak
2. Ya

5. Apabila Anda melakukan negosiasi sebelum membeli kerbau non lokal untuk upacara adat, berapa lama Anda melakukan negosiasi?

1. 1 hari
2. > 1 hari

6. Sebelum Anda membeli kerbau non lokal untuk upacara adat apakah karakteristik (letak pusaran) menjadi satu-satunya penentu Anda membelinya? Alasannya?

1. Tidak
2. Ya

Jawab:.....
.....
.....

8. Sebelum Bapak/Ibu, saudara (i) membeli kerbau non lokal untuk upacara adat apakah karakteristik menjadi pertimbangan utama? Alasannya?

1. Tidak
2. Ya

Jawab:.....

.....

.....

9. Apakah kerbau non lokal yang Anda akan beli tidak kalah bagus dengan kerbau lokal?

1. Tidak

2. Ya

10. Sebelum Anda membeli kerbau non lokal untuk upacara adat di bagian mana latak pusaran (palisu) yang akan Anda beli untuk kegiatan upacara adat? Alasannya?

Jawab:.....

.....

.....

11. Sebelum Anda membeli kerbau non lokal untuk upacara adat apakah ada yang merekomendasikan anda untuk membeli kerbau non lokal untuk upacara adat?

1. Tidak

2. Ya

12. Jika ada yang merekomendasikan Anda untuk membeli kerbau non lokal, siapa saja yang merekomendasikan anda untuk membelinya?

Jawab:.....
.....
.....

- Terima Kasih Atas Kerjasamanya

Lampiran 2. Identitas Responden

No	Nama Responden	Umur	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan
1	Matius Mananna'	37	SMA	Petani
2	Papa Santi	40	SMA	Pedagang
3	Sabe'	43	SMA	Petani
4	Jein	28	SMA	Petani
5	Santi	37	D3	Wiraswasta
6	Daniel	42	SMA	Petani
7	Amir	25	SMA	Pedagang
8	Petrus Tandirau	45	SMA	Petani
9	Arni Tangkemali'	38	SMP	Petani
10	Andi	23	SMA	Mahasiswa
11	Nafwilda Sara	26	S1	Honoror
12	Ne' Ade	53	SMA	Petani
13	Debora Pakan	50	S1	PNS
14	Ludia Membunga	56	S1	Pensiunan
15	Sylvia	28	S1	PNS
16	Thomas Tandirau	58	S1	PNS
17	Andareas Santos Patabang	36	S1	PNS
18	Selviana Toding Rongko'	32	SMA	Petani
19	Agustina	30	SMA	Petani
20	Simon Madao	65	D3	Pensiunan
21	Paulus Losak Saruran	67	S1	Pensiunan

22	Yakobus Paundanan	42	S1	Wiraswasta
23	Rudi	35	SMA	Petani
24	Amping	49	SMP	Petani
25	Sampe Bungin	47	SMA	Petani
26	Paulus Tempe	51	S1	Pensiunan
27	Erman	29	SMA	Petani
28	Dullah	50	SMA	Petani
29	Papa Uni	43	SMA	Petani
30	Yakobus Pongrante	48	SMA	Wiraswasta
31	Yakob Palimbong	53	SMA	Petani
32	Rante Lisu	52	SMP	Petani
33	Darius Sampe borong	50	D3	PNS
34	Bondo Barrang	67	D3	Wiraswasta
35	Indra Saputra	26	D3	PNS
36	Refly Parelamba'	36	SMA	Honorar
37	Yohanis Sampe Tondok	62	S1	Pensiunan
38	Robin Paremisa	70	SMP	Petani
39	Mesak Balenga	37	S1	PNS
40	Daniel Palumean	64	D3	Pensiunan
41	Mika Tandipare	41	SMA	Petani
42	Daud Patasik	65	SMA	Petani
43	Ireanto	71	S1	PNS
44	Yulius Lambe Parinding	41	D3	Pensiunan
45	Markus Suba	68	D3	Wiraswasta

46	Cornelius Ruba	46	SMA	Petani
47	Agustinus Manggulang	70	S1	PNS
48	Rufrianto Pabembe	42	SMA	Petani
49	Yohanis banduri	66	D3	Honoror
50	Markus Limba'	40	S1	PNS
51	Marten Rinna	60	SMA	Petani
52	Habel	71	S1	Wiraswasta
53	Jon Rambu	46	SMA	Petani
54	Nano'	73	S1	Wiraswasta
55	Dan Pasae	45	SMA	Petani
56	Daniel Monni'	67	S1	Pensiunan
57	Saul Murrung	51	SMP	Petani
58	Aris Kendek	72	D3	Wiraswasta
59	Samba'	54	SMA	Petani
60	Martina Lungan	49	SMA	Petani

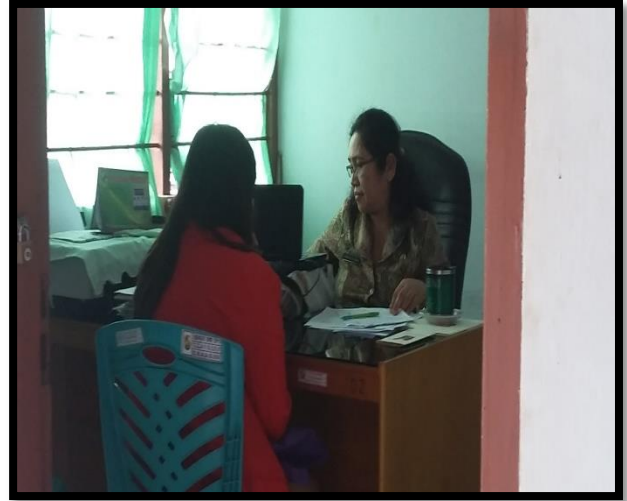
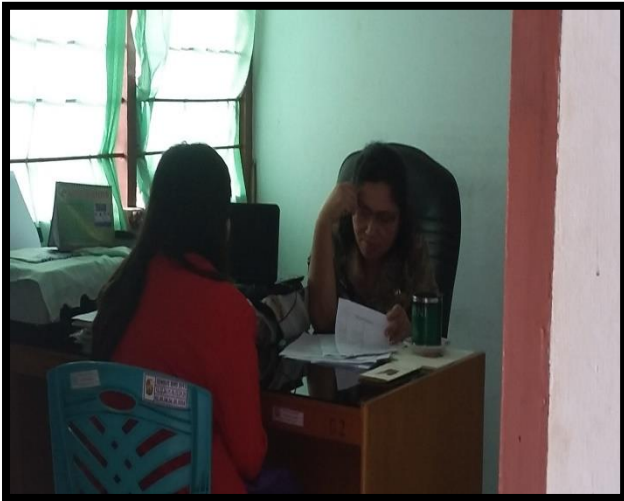
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden

No	Nama	Pembelian	Harga	Karakteristik	Referensi
1	Matius Mananna'	1	1	1	1
2	Papa Santi	1	1	1	0
3	sabe'	1	1	0	1
4	jein	1	1	0	1
5	santi	1	1	0	1
6	Daniel	1	0	1	1
7	Amir	1	0	1	1
8	petrus Tandırâu	1	0	1	1
9	Arni Tangkemali'	1	1	1	1
10	Andi	1	0	1	1
11	Nafwilda sara	1	1	1	1
12	Ne' Ade	1	0	1	1
13	debora pakan	1	0	1	1
14	Ludia membunga	1	0	0	1
15	Sylvia	1	0	1	1
16	Thomas Tandırâu	1	0	1	1
17	Andareas Santos patabang	1	0	0	0
18	Selviana toding rongko'	1	1	1	0
19	Fitrah	1	1	1	1
20	simon madao	1	1	1	0
21	paulus Losak saruran	1	1	1	0
22	yakobus paundanan	1	0	1	0

23	Rudi	1	1	1	1
24	Amping	1	1	1	1
25	sampe bungin	1	0	1	1
26	paulus tempe	1	1	1	1
27	erman	1	1	1	1
28	dullah	1	1	1	1
29	papa uni	1	1	1	1
30	yakobus pongrante	1	0	1	1
31	Yakob Palimbong	1	0	1	1
32	Rante Lisu	1	0	1	1
33	Darius Sampe borong	1	0	1	1
34	Bondo Barrang	1	0	1	1
35	Indra Saputra	1	1	0	1
36	Refly Parelamba'	1	0	0	1
37	Yohanis Sampe Tondok	1	1	0	0
38	Robin Paremisa	1	1	0	1
39	Mesak Balenga	1	1	0	1
40	Daniel Palumean	0	0	1	1
41	Mika Tandipare	1	1	1	0
42	daud Patasik	1	1	1	0
43	ireanto enos	1	1	1	0
44	Yulius Lambe Parinding	1	1	1	1
45	Markus Suba	0	0	0	0
46	Cornelius Ruba	0	0	0	0

47	Agustinus Manggulang	0	0	0	0
48	Rufrianto Pabembe	0	0	0	0
49	Yohanis banduri	1	0	1	1
50	markus liba'	0	0	1	1
51	Marten Rinna	0	1	1	1
52	Habel	0	0	0	1
53	Jon Rambu	0	0	0	0
54	nano'	0	0	0	0
55	Dan Pasae	0	1	0	1
56	Daniel Monni'	0	0	0	0
57	saul Murrung	0	0	1	0
58	Aris Kendek	0	0	0	0
59	Samba'	0	1	1	0
60	Martina Lungan	1	1	1	0

Lampiran 4. Dokumentasi





RIWAYAT HIDUP



Irene Fransiska Pasino, lahir pada tanggal, 10 Oktober 1994 di Sumalu Toraja Utara Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak bungsu dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Yahya Ruba dan Ibu Hanarti Pasino. Pendidikan formal yang telah di tempuh penulis yakni: TK Kristen Balo' Marendeng pada Tahun 1999 – 2000, SDN No.217 Inpres Kalumpang pada tahun 2000-2006, SMP Kristen Makale pada tahun 2006-2009, SMA Negeri 1 Makale pada tahun 2009-2012, dan pada tahun 2012-2017 melanjutkan pendidikannya di Fakultas Peternakan program studi Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar, melalui jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri). Pengalaman Organisasi yang pernah ditempuh oleh penulis yaitu pengurus bidang PA & PB (Pendalaman Alkitab dan Persekutuan Besar) di KBMK (Keluarga Besar Mahasiswa Kristen) FAPETRIK(Fakultas Peternakan dan jurusan perikanan) Universitas Hasanuddin periode 2014-2015. Pengurus Divisi Kerohanian di HIMSENA (Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Peternakan) Universitas Hasanuddin periode 2015-2016.